

STRATEGII ARGUMENTATIVE

Maria ALEXANDRESCU, lector asociat
Universitatea „Al. I. Cuza”, Iași

Loredana-Aurelia ALEXANDRESCU, profesor de limba și literatura română, grad didactic I
Liceul Tehnologic de Mecatronică și Automatizări, Iași

Argumentative strategies. Our approach aims to present arguments from a logical and pragmatic perspective, to illustrate the types of arguments (facts-based agendas, arguments based on examples, arguments based on authority, arguments based on analogy) and to address the argumentative strategies. The argumentation requires an effective presentation that would impresses the audience's conscience by guiding the spirit in a certain way, by inserting the elements of agreement into a framework that will make them significant and give them their place. The argumentative finality is ensured by the interpenetration of three levels of order that can prefigure the discursive performance of the argumentation: the order (the argument is built on its syntactic dimension); the ideative order (the discourse understood as a system of meanings that move the whole problem conveyed); the rhetorical order (argumentative discourse understood as a system of means by which the expressiveness and the beauty of the ideas are ensured).

În prezent, investigațiile asupra argumentării sunt în plină expansiune, acestea fiind determinate de importanța comunicării și discursivității și, implicit, de facilitățile oferite de mijloacele de comunicare în masă (televiziunea). Amploarea tot mai mare a cercetătorilor asupra argumentării, afirmă Sălăvăstru, își are originea în două lucrări care plasează argumentarea în vecinătatea logicii¹. Prima lucrare, *La nouvelle rhétorique. Traité de l'argumentation*², este rodul observațiilor și investigațiilor empirice ale lui Chaïm Perelman și ale Luciei Olbrechts-Tyteca, în baza cercetării unor modele de argumentare prezente în dezbaterile filosofice, juridice, politice în vederea sistematizării tipurilor de argumente. A doua lucrare, *The Uses of Argument*, semnată de Stephen Toulmin, este o construcție reflexiv-teoretică ce propune un model analitico-deductiv al argumentării. Dacă prima lucrare ne pune la dispoziție un inventar al argumentelor ce țin de conținutul argumentării, a doua lucrare are ca rezultat descrierea unei tehnici de argumentare ce ține de forma argumentării. Aceasta din urmă este pusă la dispoziție pentru a utiliza diferitele tipuri de argumente, fiind apoi identificate cu unele raționamente (S. Morris Engel). Astfel, temeurile sunt denumite premise, iar punctul de vedere apărut este denumit concluzie.

Mai mult, apropierea de înțelesul tradițional al logicii, în optica lui Sălăvăstru, are ca scop „analiza și critica gândirii” sau critica raționamentului.

În prezent, argumentarea nu mai poate fi înțeleasă ca o relație punctiformă între producerea unor

¹Constantin Sălăvăstru, *Teoria și practica argumentării*, Editura Polirom, Iași, 2003, pp. 23-24.

²Cartea a fost tradusă în limba română de Aurelia Stoica și apărută la Editura Universității „Alexandru Ioan Cuza” Iași în cadrul Colecției CICERO, colecție coordonată de Constantin Sălăvăstru.

probe de către locutor și asumarea unor teze (dacă probele o susțin temeinic) de către interlocutor, ci mai degrabă ca o activitate discursivă, ce se numește discurs argumentativ, care este desfășurată fie în forma monologală, fie cea dialogală¹, prezentând „atât o componentă etică, cât și una a eficacității”².

Definirea argumentării

În *Dicționarul enciclopedic de pragmatică, argumentarea*³ desemnează „un ansamblu de dispozitive și strategii discursive utilizate de un locutor cu scopul de a-și convinge auditoriul”⁴. Aspectele specifice argumentării sunt considerate ca efecte de discurs și nu sunt asociate niciodată unor proprietăți ale limbilor naturale.

Pentru Perelman și Olbrechts-Tyteca, argumentarea înseamnă „studiul tehnicilor discursive ce permit producerea adeziunii la tezele prezentate”⁵, subliniind faptul că valoarea principală nu este informația, ci comunicarea acesteia, adică forța cu care elementele de probă acționează asupra interlocutorului. Cu alte cuvinte, o prezentare eficace, care impresionează conștiința auditorilor, este esențială în argumentarea care vizează să orienteze spiritul într-un anumit fel, să insereze elemente de acord într-un cadru care să le facă semnificative și să le confere locul ce le revine⁶.

Luminița Hoartă Cărăușu este de părere că a argumenta nu se confundă niciodată cu a demonstra adevărul unei aserțiuni și nici cu indicarea caracterului valid al unui raționament⁷. Cercetătoarea consideră că prezența obligatorie a unei concluzii și grija de a orienta destinatarul către o anumită concluzie sunt trăsături comune ale argumentării și demonstrației, dar asemănările se opresc aici, deoarece concluzia unei relații argumentative nu este niciodată definitivă și eficace pentru un destinatar.

Argumentarea ca practică socială se înscrie într-o situație de comunicare care impune „o miză socială, o problemă pertinent circumscrisă, o poziționare a interlocutorilor și o alegere pertinentă a actelor de limbaj”⁸.

Constantin Sălăvăstru definește argumentarea ca o organizare de propoziții cu ajutorul raționamentelor în vederea întemeierii altei propoziții pentru a convinge interlocutorul cu privire la caracterul adevărat sau fals al acestei propoziții⁹. Însă, un vorbitor produce un text argumentativ nu numai în scopul de a-i convinge pe alții, ci pentru a se convinge pe sine însuși ori pe unul sau mai mulți interlocutori, de validitatea unei teze proprii sau a altora¹⁰. Deci, argumentarea este un dialog între interlocutori care prezintă dovezi pentru sau împotriva unei teze. Ea este o relație între un argument (sau mai multe) și o concluzie. Astfel, unul susține o teză în fața celuilalt și aduce argumente pentru a-l convinge pe acesta din urmă de adevărul tezei.

Pentru ca o argumentare să fie convingătoare, e bine să aibă în vedere acordul¹¹ asupra tezei (o argumentare poate fi enunțată doar dacă interlocutorii sunt de acord cu teza produsă), corectitudinea logică a tehnicilor de argumentare și adecvarea faptică a conținutului de idei. Teza argumentării se construiește pornind de la temeiul argumentării: fundament care asigură legătura suficientă și necesară dintre temei și teză¹².

Finalitatea argumentativă este asigurată prin coroborarea a trei niveluri de ordine ce pot prefigura, împreună, performanța discursivă a argumentării: *ordinea semnică* (discurs înțeles ca sistem de semne și reguli de combinare secvențială a lor, argumentarea se construiește pe dimensiunea ei sintactică); *ordinea*

¹ Constantin Sălăvăstru, *Teoria și practica argumentării*, Editura Polirom, Iași, 2003, p. 27.

² Philippe Breton, *Convinge fără să manipulezi. Să învățăm să argumentăm*, Traducere de Evagrina Dîrțu, Institutul European, Iași, 2009, p. 23.

³ *Argumentarea* este un termen comun mai multor științe umaniste, cu particularizări de la o știință la alta.

⁴ Jacques Moeschler, Anne Reboul, *Dicționar enciclopedic de pragmatică*, Coordonarea traducerii de Carmen Vlad, Liana Pop, Editura Echinoc, Cluj, 1999, p. 80.

⁵ Chaim Perelman, Lucie Olbrechts-Tyteca, *Tratat de argumentare. Noua retorică*, Traducere și indecși de Aurelia Stoica, Prefață de Michel Meyer, Editura Universității „Alexandru Iona Cuza”, Iași, 2012, p. 105.

⁶ Chaim Perelman, Lucie Olbrechts-Tyteca, *Tratat de argumentare. Noua retorică*, Traducere și indecși de Aurelia Stoica, Prefață de Michel Meyer, Editura Universității „Alexandru Iona Cuza”, Iași, 2012, p. 179.

⁷ Luminița Hoartă Cărăușu, *Teorii și practici ale comunicării*, Editura Cermi, Iași, 2008, p. 351.

⁸ Daniela Roventă-Frumușani, *Analiza discursului. Ipoteze și ipostaze*, Editura Tritonic, București, 2012, p. 98.

⁹ Constantin Sălăvăstru, *Teoria și practica argumentării*, Editura Polirom, Iași, 2003, p. 13.

¹⁰ Vincenzo Lo Cascio, *Gramatica argumentării. Strategii și structuri*, Traducere: Doina Condrea-Derer, Alina-Gabriela Sauciu, Editura Meteora Press, București, 2002, p. 47.

¹¹ Constantin Sălăvăstru, *Raționalitate și discurs. Perspective logico-semiotice asupra retoricii*, Editura Didactică și Pedagogică, București, 1996, p. 285.

¹² Constantin Sălăvăstru, *Teoria și practica argumentării*, Editura Polirom, Iași, 2003, p. 74.

ideatică (discursul înțeles ca sistem de sensuri care pun în mișcare întreaga problematică vehiculată); *ordinea retorică*¹ (discurs argumentativ înțeles ca sistem de mijloace prin care se asigură expresivitatea și frumusețea ideilor).

Discursul argumentativ este un discurs finalist, structurat în propoziții sau teze ce constituie un raționament și traduc direct sau indirect poziția locutorului pentru a obține modificarea/ schimbarea universului epistemic al interlocutorului². În continuare, autoarea vorbește despre *strategia argumentativă, eficiența unei argumentări, forța argumentelor*. Plecând de la teoria jocurilor, Roventă-Frumușani definește strategia ca ansamblu de reguli ce guvernează comportamentul jucătorului în orice situație de joc posibilă, presupunând un scop, reguli (de evaluare a situațiilor realizate și de determinare a mutărilor următoare), precum și o succesiune de alegeri ce traduc *un plan*³. Astfel, *scopul* strategiei la nivel argumentativ este reprezentat de persuasiune (prezentare convingătoare a elementelor informative alese), în sensul de a reuși să crească intensitatea de adeziune a auditorilor la tezele prezentate astfel încât să creeze o înclinație către acțiune a acestora⁴.

Mai amintim și faptul că discursul instituie trei tipuri de operații sau strategii: funcția de schematizare (construiește modelul situației, adică reconstruirea cognitivă a lumii reale sau fictive); funcția de justificare (introduce chestiunea retorică a argumentelor și probelor, precum și problema strategiilor discursive de tipul: *constatare, definiție, ipoteză, întrebare, respingere a cauzei, dezmințire, analogie, opoziție*) și funcția de organizare, care infrastructurează sintagmatica discursului și îi asigură coerența, nivel la care acționează regulile de coerență sau bună formare textuală⁵ (repetiția, progresia, non-contradicția și relația), precum și operatorii de ordonare *logico-retorici*: „mai întâi”, „în plus”, „în sfârșit”, „în primul rând”, conectori argumentativi: „deoarece”, „deci”, „prin urmare”, „de altfel”, „dar”, „chiar”, „totuși”.

Așadar, discursul argumentativ este subiacent tuturor tipurilor: prezent în narativ prin ordonare (centrat pe desfășurarea temporală), în descriptiv prin valorizare (organizat spațial, paradigmatic), în injonctiv prin componenta persuasiune (incitând la acțiune)⁶.

De la argumentare la persuadare

Merită amintit și faptul că pasiunea recentă pentru studiul argumentării coincide cu reactualizarea retoricii, știința persuasiunii⁷. Astfel, argumentarea este o acțiune care urmărește îndeplinirea unui scop, acela de a convinge interlocutorul. În susținerea argumentelor, de foarte multe ori, principalul scop al locutorului este acela de a-l convinge pe destinatar „cu orice preț”: în această situație, el poate produce, voit, false argumentări, având la bază fracturarea mecanismelor care le compun și a condițiilor de bună derulare a unui discurs argumentativ⁸.

Tipuri de argumente.

În literatura de specialitate sunt identificate mai multe tipuri de argumente. Pe lângă argumentul bazat pe autoritate, numit și *argumentum ad verecundiam*, mai există și argumente bazate pe fapte și pe exemple⁹. Faptul este asociat cu un decupaj al realității, iar într-o argumentare aducem ca probă mărturia faptului. Mai în toate domeniile în care se înfiripă o argumentare se recurge la fapte conform principiului universalității. **Argumentarea bazată pe fapte** este influențată de mai mulți factori, cum ar fi¹⁰: *domeniul* argumentării (există domenii în care sunt mai eficiente argumentele bazate pe fapte, există altele în care argumentele bazate pe valori sunt mai productive, dar și exemplele sau autoritățile au o forță de influențare și mai mare); *natura auditoriului* (masele sunt atrase de ceea ce este concret și la îndemâna observațiilor curente); *canalele* prin care se pune în scenă sau se transmite argumentarea sunt astăzi tot mai perfecționate, astfel încât pot aduce în atenția interlocutorilor faptele cele mai diverse.

¹Constantin Sălăvăstru, *Teoria și practica argumentării*, Editura Polirom, Iași, 2003, p. 29.

²Daniela Roventă-Frumușani, *Argumentarea. Modele și strategii*, Editura All, București, 2000, p. 112.

³Daniela Roventă-Frumușani, *Argumentarea. Modele și strategii*, Editura All, București, 2000, p. 112.

⁴Chaim Perelman, Lucie Olbrechts-Tyteca, *Tratat de argumentare. Noua retorică*, Traducere și indecși de Aurelia Stoica, Prefață de Michel Meyer, Editura Universității „Alexandru Iona Cuza”, Iași, 2012, p. 62.

⁵Jean-Blaise Grize, „Le point de vue de la logique naturelle: démontrer, prouver, argumenter” în *L'argumentation aujourd'hui. Position théoriques en confrontation*, (eds.) Marianne Doury et Sophie Moirand, Presses Sorbonne Nouvelle, Paris, 2004, pp. 35-43.

⁶Daniela Roventă-Frumușani, *Argumentarea. Modele și strategii*, Editura All, București, 2000, p. 27.

⁷Luminița Hoartă Cărăușu, *Teorii și practici ale argumentării*, Editura Cermi, Iași, 2008, p. 351.

⁸Alexandru Savitescu, *Tehnici de persuasiune în discursul mediatic*, teză de doctorat (rezumatul tezei) (conducător științific: Maria Carpov), Iași, 2008, p. 203.

⁹Constantin Sălăvăstru, *Teoria și practica argumentării*, Editura Polirom, Iași, 2003, pp. 167-180.

¹⁰Constantin Sălăvăstru, *Teoria și practica argumentării*, Editura Polirom, Iași, 2003, p. 162.

Televiziunea ne face părtași la fapte și acțiuni care ar rămâne în afara cunoașterii noastre; *trăirea afectivă* în legătură cu ceea ce se întâmplă în realitatea înconjurătoare sau în imaginația celui care construiește o lume ficțională a faptelor. Prin aceasta, faptul are și un *efect persuasiv*, nu numai convingător. Un alt principiu de eficiență argumentativă susține ca faptele aduse ca probe trebuie să fie coroborate între ele și să fie relevante.

Argumentele bazate pe exemple au rolul și funcționalitatea unei reguli¹. Exemplele sau ilustrările convingătoare sunt aduse în discuție ca puncte de plecare ale generalizărilor. În acest sens, sunt amintite mai multe criterii de eficiență: îmbinate cu alte tipuri de argumente și asumate în proceduri argumentative diferite; să aibă o forță mai mare decât generalizarea la care ele sunt puse să contribuie. La acestea mai adăugăm: adaptarea la auditoriu (un exemplu care nu interesează auditoriul este irelevant ca probă a argumentării), coroborarea exemplilor între ele (dacă exemplele care se aduc sunt contradictorii, atunci niciunul dintre ele nu-și va putea îndeplini funcția argumentativă), autenticitatea (exemplele trebuie să lase impresia că se petrec aievea în fața auditorului).

Argumentele se pot baza și pe autoritate, tehnică des întâlnită în discursul televizual, poate și datorită faptului că este ușor de folosit și prezintă rezultate finale. Autoritatea poate fi privită ca o persoană cu o competență recunoscută într-un anumit domeniu al cunoașterii omenești², adică să aibă competență în domeniul vizat; competență care să fie recunoscută de celălalt. Pentru cercetătorul ieșean, a utiliza un argument bazat pe autoritate înseamnă „a considera enunțurile cuiva drept argumente (temeiuri) care pot justifica, prin ele însele și prin faptul lor, că sunt cunoscute, susținerea sau respingerea unei teze”³.

În opinia Silviei Săvulescu, argumentul de autoritate reprezintă „modul de argumentare care constă în invocarea, în sprijinul unei poziții, afirmații etc., a unei instanțe investite cu autoritate, prestigiu în opinia comună”⁴. Utilizate ca argumente de autoritate, în interiorul discursurilor analizate, citatele conferă autoritate, „prin apelarea la competențele celorlalți, de la care luăm anumite cunoștințe ca fiind adevărate”⁵.

Argumentul autorității⁶ utilizează acte sau judecăți ale unei persoane sau ale unui grup de persoane drept mijloc de probă în favoarea unei teze.

Proverbul, folosit în discursul televizual ca *argument al autorității*, apare „ca o expresie impersonală și de mare vechime (din bătrâni), înzestrată cu autoritate și purtătoare de înțelepciune, ce exprimă <fructul experienței popoarelor>”⁷, sugerând o normă⁸. Astfel, proverbul, inserat nemodificat în interviul televizual, implicând și nonverbalul în prezentarea sa (recursul la gest), contribuie la sporirea forței persuasive a acestuia, datorită caracterului său sentențios⁹.

Literatura de specialitate evidențiază mai multe temeuri de invocare a autorității. Unul ține de limitele cunoașterii individuale. Altul ține de probarea prin recurgerea la autoritate care vine din discrepanța dintre real și ideal. În acest sens, cercetătorul ieșean¹⁰ identifică o serie de exigențe. O primă exigență ține de imperativul de a evita atitudinile extreme în apelul la autoritate: orice individ care argumentează trebuie să recunoască *limitele domeniului propriu de competență, dar și limitele domeniului de competență a celuilalt și să utilizeze spiritul critic pentru identificarea unor situații în care e rațional să se facă apel la autoritate*. O a doua exigență include *apelul la autoritatea persoanei care este eficient dacă persoana este invocată atunci când argumentarea are loc în domeniul pentru care respectivei persoane i se recunoaște competența*. O a treia exigență face *apel la autoritatea persoanei care trebuie să țină seama de dinamismul condițiilor pentru care autoritatea s-a manifestat în această calitate*. O ultimă exigență este dată de faptul că *autoritatea invocată trebuie să satisfacă cerința unui consens minimal în legătură cu afirmațiile sale*.

¹Chaïm Perelman, Lucie Olbrechts-Tyteca, *Tratat de argumentare. Noua retorică*, Traducere și indecși de Aurelia Stoica, Prefață de Michel Meyer, Editura Universității „Alexandru Ioan Cuza”, Iași, 2012, p. 427.

²Constantin Sălăvăstru, *Teoria și practica argumentării*, Editura Polirom, Iași, 2003, p. 173.

³Constantin Sălăvăstru, *Teoria și practica argumentării*, Editura Polirom, Iași, 2003, p. 175.

⁴Silvia Săvulescu, *Retorică și teoria argumentării*, Editura Comunicare.ro, București, 2004, p. 143.

⁵Constantin Sălăvăstru, *Teoria și practica argumentării*, Editura Polirom, Iași, 2003, p. 173.

⁶Chaïm Perelman, Lucie Olbrechts-Tyteca, *Tratat de argumentare. Noua retorică*, Traducere și indecși de Aurelia Stoica, Prefață de Michel Meyer, Editura Universității „Alexandru Ioan Cuza”, Iași, 2012, p. 373.

⁷Mihai Pop, Pavel Ruxândoiu, *Folclor literar românesc*, Editura Didactică și Pedagogică, București, 1978, p. 242.

⁸Chaïm Perelman, Lucie Olbrechts-Tyteca, *Tratat de argumentare. Noua retorică*, Traducere și indecși de Aurelia Stoica, Prefață de Michel Meyer, Editura Universității „Alexandru Ioan Cuza”, Iași, 2012, p. 207.

⁹Adriana Stoichițoiu Ichim, „Strategii persuasive în discursul publicitar” (II), în *Limbă și literatură*, vol. III-IV, București, 1997, p. 47.

¹⁰Constantin Sălăvăstru, *Teoria și practica argumentării*, Editura Polirom, Iași, 2003, p. 176.

Referitor la autoritatea persoanei, adesea este invocată autoritatea valorii. Unele valori sunt constitutive domeniului, altele sunt generale. Există valori care definesc dominantă discursului științific (adevăr, eroare, deductibilitate, verificare), valori care definesc domeniul moral (dreptate, lege, pedeapsă), valori prin care se individualizează domeniul religios (credință, smerenie, iertare, mărturisire), valori care angajează domeniul politic (egalitate, democrație, drepturile omului). Astfel de valori sunt adesea invocate și devin, prin prestigiul lor, argumente bazate pe autoritate. Valoarea se fixează în timp, este rezultatul consensului general, este rezultatul experienței cognitive și acționale a generației. Pentru a depăși anumite obstacole, este indicat să se apeleze la competențele celorlalți, invocând în primă instanță autoritatea persoanei.

Un alt tip de argumente este cel bazat pe analogie¹. Aceasta reprezintă, din punct de vedere cognitiv, un principiu fundamental al înțelegerii (prin proiecția reperelor familiare asupra unor situații noi) și al creativității (prin imaginea noului pornind de la datele existente). Astfel, analogia argumentativă are o componentă explicativă - invită la înțelegerea a ceea ce este necunoscut prin apel la ce e cunoscut, familiar - și conduce la o concluzie (adesea implicită), subordonând explicația persuasiunii.